

Київський університет імені Бориса Грінченка
Факультет журналістики
Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

О. Б. Жильцов

2022 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія медіапродюсерів

для студентів

Освітнього рівня *другого (магістерського)*

Спеціальності *061 Журналістика*

Освітньої програми *061.00.06 Контент-продюсування цифрових медіапроектів*

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА	
Ідентифікаційний код 02136554	
Начальник відділу моніторингу якості освіти	
Програма № <u>2063/22</u>	
<u>Мессіч</u> (підпис)	(прізвище, ініціали)
« <u> </u> »	20 <u>22</u> р.

Київ-2022

Київський університет імені Бориса Грінченка

Інститут журналістики

Кафедра видавничої справи

ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи

 О. Б. Жильцов

« 01 » 09 2021 року



РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Психологія медіапросьюмерів

для студентів

спеціальності 061 Журналістика

освітнього рівня другого (магістерського)

освітньої програми 061.00.06 Контент-продюсування цифрових медіапроектів



Київ-2021

Розробники:

Балабанова Катерина Євгенівна, кандидат педагогічних наук

Викладачі:

Балабанова Катерина Євгенівна, кандидат педагогічних наук

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри видавничої справи

Протокол від 31 серпня 2020 року № 1

Завідувач кафедри Ма Л. Г. Масімова

Робочу програму погоджено із гарантом освітньо-професійної програми з видавничої справи та редагування

31 серпня 2020 року

Гарант освітньо-професійної програми Ма Л. Г. Масімова

Робочу програму перевірено

01 вересня 2020 р.

Заступник директора Інституту журналістики

з науково-методичної та навчальної роботи Р О. А. Росінська

Пролонговано

на 2021/2022 н.р. підпис (ПБ), «27»08 2021 р., протокол № 1 Ма

на 2022/2023 н.р. підпис (ПБ), «31»08 2022 р., протокол № 1 Ма

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____

на 20__/20__ н.р. підпис (ПБ), «__»__ 20__ р., протокол № ____

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	
Загальний обсяг кредитів/годин		
Курс	1	
Семестр	1	
Кількість змістових модулів з розподілом	6	
Обсяг кредитів	6	
Обсяг годин, в тому числі:	180	
Аудиторні	48	
Модульний контроль	12	
Семестровий контроль	30	
Самостійна робота	90	
Форма семестрового контролю	Іспит	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Метою навчальної дисципліни «Психологія медіапросьюмерів» є формування у студентів системи теоретичних, методичних знань про психологію споживання медіапродукту, розуміння медіаспоживання як соціально-комунікаційного явища, яке полягає в різних інтеракціях індивідів і соціальних груп з медіа в формах використання, обміну, зберігання медіапродукції.

Завдання дисципліни передбачають формування *загальних та фахових компетентностей* спеціальності:

ЗК2. Здатність планувати час та управляти ним;

ЗК7. Здатність розробляти проекти та управляти ними;

ФК-1. Здатність використовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій, набуті у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності цифрових медіа;

ФК-2. Здатність критично осмислювати проблеми у професійній діяльності на межі предметних галузей;

ФК-3. Здатність виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребує оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог в сфері цифрових медій.

3. Результати навчання за дисципліною

Програмні результати навчання:

ПРН-2. Передбачати поведінку аудиторії на новий інформаційний продукт чи нову інформаційну акцію;

ПРН-3. Планувати дослідження поведінки медіапросьюмерів у галузі соціальних комунікацій на замовлення.

ПРН-10. Застосовувати спеціалізовані концептуальні знання з соціальних комунікацій у професійної діяльності на рівні новітніх досягнень в інноваційній діяльності цифрових медій;

ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей;

ПРН-12. Здійснювати пошук необхідних знань для планування інноваційної роботи; виконувати складні завдання і вирішувати складні проблеми, що потребують оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної чи недостатньої інформації та суперечливих вимог в сфері цифрових медій

4. Структура навчальної дисципліни

Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторна:					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторна	Модульні	
Змістовий модуль 1. Медіапросьюмеризм: загальна характеристика явища.							
Тема 1. Типи просьюмерів та їх основні характеристики.	2	2					
Тема 2. Загальні риси медіапросьюмера.	9	2	2				5
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	13	4	2			2	5
Змістовий модуль 2. Психологія споживання ЗМІ.							
Тема 3. Типологія аудиторії ЗМІ.	14	2	2				10
Тема 4. Вікові особливості аудиторії.	14	2	2				10
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	30	4	4			2	20
Змістовий модуль 3. Маніпулювання свідомістю ЗМІ							
Тема 5. Методи психологічного впливу ЗМІ.	16	2	4				10
Тема 6. Протистояння впливам	14		4				10
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	32	2	8			2	20
Змістовий модуль 4. Формування критичного мислення							
Тема 7. Компоненти критичного мислення	9	2	2				5
Тема 8. Технології розвитку критичного мислення	9	2	2				5
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	20	4	4			2	10
Змістовий модуль 5. Особливості просування медіапродукту							
Тема 9. Психологія реклами	14	2	2				10
Тема 10. Технології просування ЗМІ	16	2	4				10
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	32	4	6			2	20
Змістовий модуль 6. Особливості сучасної кіберкультури							
Тема 11. Кіберпростір	7		2				5
Тема 12. Кібербулінг	14	2	2				10
Модульний контроль	2					2	
<i>Разом</i>	23	2	4			2	15
<i>Іспит</i>	30						
<i>Разом</i>	180	20	28			12	90

5. Програма навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Медіапросьюмеризм: загальна характеристика явища

Тема 1. Типи просьюмерів та їх основні характеристики
Історія просьюмеризму. Сучасні підходи. Типологія просьюмерів. Поняття медіапросьюмеризму. Переваги та недоліки просьюмеризації.

Тема 2. Загальні риси медіапросьюмера
Когнітивні риси медіапросьюмера. Емоційно-ціннісні риси медіапросьюмера. Поведінкові риси медіапросьюмера.

Змістовий модуль 2. Психологія споживання ЗМІ

Тема 3. Типологія аудиторії ЗМІ
Емоційна домінанта сприйняття. Харизматична модель комунікатора. Психологічні чинники ефективності інформаційної діяльності. Деіндивідуалізації особистості. Тенденції толерантності. Закони внутрішньої етики. Психолого-етичні проблеми інформаційної діяльності.

Тема 4. Вікові особливості аудиторії
Вікова періодизація розвитку. Специфіка медіапродуктів для осіб різного віку. Дослідження особливостей сприймання. Психологічні особливості медіапродукту для дітей 0-3 років. Особливості пізнавальної сфери дітей дошкільного віку. Приховані впливи у дитячих мультфільмах. Медіа для підлітків, для юнаків. Аудиторія дорослих.

Змістовий модуль 3. Маніпулювання свідомістю ЗМІ

Тема 5. Методи психологічного впливу ЗМІ
Маніпулятивні прийоми і технології. Вплив на когнітивну сферу та способи впливу на свідомість людини. Методи маніпулювання свідомістю (неусвідомлювані впливи на свідому сферу особистості). Закони інформаційного впливу. Маніпулювання установками та ціннісними орієнтаціями аудиторії.

Тема 6. Протистояння впливам
Протистояння впливам. Робота захисних механізмів психіки людини. Активація психологічних захистів через ЗМІ. Способи впливу на несвідому сферу. 25-й кадр: міфи та реальність. Дослідження неусвідомлених впливів. Протистояння (уникнення) несвідомим впливам.

Змістовий модуль 4. Формування критичного мислення

Тема 7. Компоненти критичного мислення

Поняття критичного мислення: сутність та зміст. Компоненти критичного мислення: теорія, практика, установки. Сильні та слабкі сторони критичного мислення особистості. Медіаперсонажі. Емоційний інтелект, мислення, розум, довіра.

Тема 8. Технології розвитку критичного мислення

Методи розвитку критичного мислення. Стратегії розвитку критичного мислення. Навички активного слухання: звикаємо до умінь. Онлайн спілкування і критичне мислення.

Змістовий модуль 5. Особливості просування медіапродукту

Тема 9. Психологія реклами

Основні підходи реклами, психологічна структура. Рекламна концепція, стратегія, план. Медіапланування. Інтенсивність рекламного впливу. Психологічна ефективність реклами. Прямі і непрямі порушення у сфері реклами.

Тема 10. Технології просування ЗМІ

«Промоушн-війни». Мобільні можливості ЗМІ, прямий зв'язок з аудиторією: базові функції мас-медіа. Ігрові реалізації в сучасній журналістській практиці. Хепенінг і інші ефективні технології. Соціально-психологічне моделювання діяльності комунікаторів. Специфіка полеміки в мас-медіа. Психологічні завдання полеміки в ЗМІ.

Змістовий модуль 6. Особливості сучасної кіберкультури

Тема 11. Кіберпростір

Кіберсоціалізація і групова динаміка в медіасередовищі. Поняття групової динаміки як сукупності внутрішньогрупових соціально-психологічних процесів і явищ, пов'язаних з розвитком групи.

Тема 12. Кібербулінг

Соціометрія. Механізми групової динаміки. Медіанасильство. Взаємодія в медіасередовищі і протидія кібербулінгу.

6. Контроль навчальних досягнень

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-сть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4		Модуль 5		Модуль 6	
		Кількість одиниць	максимальна кількість балів	Кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	кількість одиниць	максимальна кількість балів	Кількість одиниць	максимальна кількість балів	Кількість одиниць	максимальна кількість балів
Відвідування лекційного заняття	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Відвідування семінарського заняття	1	1	1	2	2	4	4	2	2	3	3	2	2
Робота на семінарському занятті	10	1	10	2	20	4	40	2	20	3	30	2	20
Виконання завдань для самостійної роботи	5	1	5	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Виконання ІНДЗ													
Разом			43		59		81		59		70		59
Максимальна кількість балів		371											
Розрахунок коефіцієнта		Розрахунок: $371:60=6,2$ Студент набрав: 350 балів Оцінка: $350:6,2 = 57$ балів + 40 = 97 А											

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання Змістовий модуль I (5 год.)

Тема 2. Загальні риси медіапростору.

Завдання: Аналіз медіаспоживання в Україні та за кордоном.

Змістовий модуль II (20 год.)

Тема 3. Типологія аудиторії ЗМІ.

Завдання: Аналіз основних медіавиробників в Україні (аудиторія).

Тема 4. Вікові особливості аудиторії.

Завдання: Аналіз питання власності медіа та принципів регулювання медіапростору.

Змістовий модуль III (20 год.)

Тема 5. Методи психологічного впливу ЗМІ.

Завдання: Дібрати приклад до кожного методу, технології, зробити нарізку аудіовізуальних фрагментів.

Тема 6. Протистояння впливам.

Завдання: Виявлення пропагандистських медіатекстів в різних медіаформатах.

Змістовий модуль IV (10 год.)

Тема 8. Технології розвитку критичного мислення.

Завдання: Перегляд та аналіз обраного медіапродукту (фільму, ток-шоу), аналіз емоційного інтелекту медіаперсонажів.

Змістовий модуль V (20 год.)

Тема 9. Психологія реклами.

Завдання: Аналіз реклами існуючих медіапроектів.

Тема 10. Технології просування ЗМІ.

Завдання: Створення стратегії просування медіапроекту.

Змістовий модуль VI (15 год.)

Тема 11. Кіберпростір

Тема 12. Кібербулінг

Завдання: Дослідити емоційно-психологічні стосунки у обраній контактній групі. Зробити презентацию.

Критерії оцінювання самостійної роботи:

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1	Практичне значення результатів	1 бал
2.	Презентувати основні результати роботи	1 бал
3.	Якість оформлення	1 бал
4.	Лаконізм і логічна послідовність викладу матеріалу	1 бал
5.	Відповідь на запитання (чіткість формулювання та відповідність запитанню)	1 бал
Разом		5 балів

6.3. Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється самостійно кожним студентом в електронному вигляді і прикріплюється до електронного курсу або здаються в роздрукованому вигляді.

Модульна контрольна робота проводиться після вивчення певного змістового модуля. Оцінюється за виконання завдань у формі, зазначеній викладачем робочій програмі. *Форми* модульного контролю – проведення модульних робіт, що передбачають вирішення творчих завдань, ситуативних завдань, самостійне створення документів тощо.

Кількість модульних контрольних робіт з навчальної дисципліни – 6, виконання кожної роботи є обов'язковим.

Модульна контрольна робота № 1-2 (4 год.)

Завдання:

Дослідження власного медіаспоживання.

Результати презентувати у вигляді презентації.

Модульна контрольна робота № 3-4 (4 год.)

Завдання:

Дослідження медіаспоживання української аудиторії (за вибором).

Результати презентувати у вигляді презентації.

Модульна контрольна робота № 5-6 (4 год.)

Завдання:

Розробити стратегію розвитку та просування проєкту щодо особливостей медіапросьюмерської аудиторії.

Результати презентувати у вигляді презентації.

Критерії оцінювання:

№ п/п	Критерії оцінювання роботи	Максимальна кількість балів за кожним критерієм
1.	Визначення технології та структури виробництва	5 балів
2.	Актуальність та унікальність проєкту	5 балів
3.	Якість виробництва контенту	10 балів
4.	Реалізація проєкту	5 бали
Разом		25 балів

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Семестровий контроль є результатом вивчення кожного модуля, який містить підсумок усіх форм поточного контролю та виконання модульної контрольної роботи. Семестровий контроль включає бали за відвідування лекцій, поточну роботу студента на семінарських заняттях, виконання самостійних робіт, модульних контрольних робіт. Семестровий контроль знань студентів проводиться у формі іспиту і здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу.

6.5. Орієнтований перелік питань для семестрового контролю:

1. Типи просьюмерів та їх основні характеристики.
2. Поняття медіапросьюмеризму.
3. Когнітивні риси медіапросьюмера.
4. Емоційно-ціннісні риси медіапросьюмера.
5. Поведінкові риси медіапросьюмера.
6. Переваги та недоліки просьюмеризації.
7. Емоційна домінанта сприйняття. Харизматична модель комунікатора.
8. Психологічні чинники ефективності інформаційної діяльності.

9. Деіндивідуалізації особистості. Тенденції толерантності. Закони внутрішньої етики.
10. Психолого-етичні проблеми інформаційної діяльності.
11. Вікова періодизація розвитку. Специфіка медіапродуктів для осіб різного віку.
12. Дослідження особливостей сприймання.
13. Психологічні особливості медіапродукту для дітей 0-3 років.
14. Особливості пізнавальної сфери дітей дошкільного віку.
15. Приховані впливи у дитячих мультфільмах.
16. Медіа для підлітків, для юнаків. Аудиторія дорослих.
17. Маніпулятивні прийоми і технології.
18. Вплив на когнітивну сферу та способи впливу на свідомість людини.
19. Методи маніпулювання свідомістю (неусвідомлювані впливи на свідому сферу особистості).
20. Закони інформаційного впливу.
21. Маніпулювання установками та ціннісними орієнтаціями аудиторії.
22. Протистояння впливам. Робота захисних механізмів психіки людини.
23. Активація психологічних захистів через ЗМІ.
24. Способи впливу на несвідому сферу. 25-й кадр: міфи та реальність.
25. Дослідження неусвідомлених впливів.
26. Протистояння (уникнення) несвідомим впливам.
27. Поняття критичного мислення: сутність та зміст.
28. Компоненти критичного мислення: теорія, практика, установки. Сильні та слабкі сторони критичного мислення особистості.
29. Медіаперсонажі. Емоційний інтелект, мислення, розум, довіра.
30. Методи розвитку критичного мислення.
31. Стратегії розвитку критичного мислення. Навички активного слухання: звикаємо до умінь.
32. Онлайн спілкування і критичне мислення.
33. Основні підходи реклами, психологічна структура.
34. Рекламна концепція, стратегія, план.
35. Медіапланування.
36. Інтенсивність рекламного впливу.
37. Психологічна ефективність реклами.
38. Прямі і непрямі порушення у сфері реклами.
39. «Промоушн-війни».
40. Ігрореалізація в сучасній журналістській практиці.
41. Хепенінг і інші ефективні технології.
42. Соціально-психологічне моделювання діяльності комунікаторів.
43. Кіберсоціалізація і групова динаміка в медіасередовищі.
44. Соціометрія. Механізми групової динаміки.
45. Медіанасильство. Взаємодія в медіасередовищі і протидія кібербулінгу.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
Відмінно	100-90
Дуже добре	82-89
Добре	75-81
Задовільно	69-74
Достатньо	60-68
Незадовільно	0-59

8. Рекомендовані джерела

Основна (базова):

1. Деструктивні впливи та негативні наративи: інструменти виявлення та протидії : методичні матеріали / Д. В. Дубов, А. В. Баровська, Ю. К. Каздобіна. - ТОВ «Інтерконтиненталь-Україна, 2020
2. Вальорська М., Агнешка. Діпфейк та дезінформація : практичний посібник / А. Вальорська М. ; перекладач В. Олійник. - Центр Вільної Преси, 2020. - 56 с.
3. Череповська Н. Медіапсихологічні ресурси подолання травми війни : практичний посібник / Н. Череповська, Н. Дідик. - Імекс-ЛТД, 2020. - 210 с.
Режим доступу: <https://ispp.org.ua/2021/03/01/n-cherepovska-n-didik-praktichnij-posibnik-mediapsixologichni-resursi-podolannya-travmi-vijni/>

Додаткова:

1. Кібербезпека: освіта, наука, техніка
Режим доступу: <http://csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/issue/view/1>

7. Навчально-методична карта дисципліни «Психологія медіапросьюмерів»

Разом:180 год., лекції – 20 год., семінарські – 28 год.,
самостійна робота – 90 год., МКР –12 год., семестровий контроль – 30 год.

Модулі	Змістовий модуль I		Змістовий модуль II		Змістовий модуль III		Змістовий модуль IV		Змістовий модуль V		Змістовий модуль VI	
Назва модуля												
Кількість балів за модуль	43 б.		59 б.		81 б.		59 б.		70 б.		59 б	
Лекції	Тема 1. 16	Тема 2. 16	Тема 3. 16	Тема 4. 16	Тема 5. 16	Тема 6. 16	Тема 7. 16	Тема 8. 16	Тема 9. 16	Тема 10. 16	Тема 11. 16	Тема 12. 16
Семінарські заняття		(10б+16.)	(10б+16.)	(10б+16.)	(20+ 2 б.)	(20 +2 б.)	(10б+16.)	(10б+16.)	(10б+16.)	(20 +2 б.)	(10б+16.)	(10б+16.)
Самостійна робота	1x5 б.= 5 б.		2X 5 б.=10 б.		2x5 б.=10 б.		2x5 б.=10 б.		2x5 б.=10 б.		2x5 б.=10 б.	
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота № 1 (25 б.)		Модульна контрольна робота № 2 (25 б.)		Модульна контрольна робота № 3 (25 б.)		Модульна контрольна робота № 4 (25 б.)		Модульна контрольна робота № 5 (25 б.)		Модульна контрольна робота № 6 (25 б.)	
Підсумковий контроль	Усього балів 371, коефіцієнт 6,2 + Іспит (40 б.)											